

Um projecto sobre a sustentabilidade
na arte, na arquitectura e no design

*A project on sustainability in art,
architecture and design*

Un proyecto sobre la sostenibilidad
en el arte, la arquitectura y el diseño



www.lookupporto.com



LOOK UP!

NATURAL PORTO ART SHOW

2/10 | 19/12 | 2010

- PALÁCIO DAS ARTES
- REITORIA U.PORTO
- CASA DA MÚSICA
- AEROPORTO SÁ CARNEIRO
- ALFÂNDEGA
- ATELIER PAULO LOBO
- PALÁCIO DE CRISTAL
- PALÁCIO DA BOLSA
- PALACETE PINTO LEITE

544.000 árvores). A partir de uma série de imãs com essa frase, colocados nas estantes da cadeia Fred Meyer por baixo dos rolos de papel de cozinha das empresas que não usam matérias-primas recicladas, adverte-se graficamente para as consequências de uma compra não responsável. Menos apelativa, mas seguramente mais provocadora e eficaz, e sem ser exactamente uma campanha publicitária, temos “I’m NOT a Plastic Bag”, um saco da compra realizada, em algodão, e que enfatiza o sentido da sua mensagem para funcionar efectivamente contra o uso dos sacos plásticos.

a acção de reutilizar e responsabilizar
que pode projectar uma empresa
pode repercutir
significativamente no económico
a partir do *efeito prestígio*

Mais do que parece, torna-se vital tomar consciência dos nossos actos quotidianos e perguntarmo-nos se é necessário que, a cada resfriado, usemos tantos lenços de papel ou se deveríamos voltar aos lenços de toda a vida. Embora haja quem defenda que o detergente utilizado para lavar os lenços possa ser igualmente contaminante, se precisamos de fazer tantas chamadas com o nosso telemóvel, abandonar no armário prendas intactas ou desperdiçar o nosso tempo a dar voltas à espera de encontrar um lugar para estacionar. A empresa italiana Valcucine difundiu uma campanha informativa que evidenciava as consequências de algumas actividades quotidianas a partir de perguntas como “Quanto pesa portare i bambini a scuola?” (Quanto pesa levar a criança à escola?) ou “How much does going to the fourth floor weight?” (Quanto pesa subir ao quarto piso?); com o desenho de uma balança quantificava-se o impacto e peso no ambiente de cada uma das actividades seleccionadas. Em Portugal, um bom exemplo é o que o estúdio thisislove preparou como presente de boas-festas para a empresa de iluminação Get a Light™. O presente consistia numa caixa postal que continha um pequeno vaso cheio de areia, fechado com uma tampa e com sementes de pinheiro, para

além de um folheto com informação detalhada sobre o cuidado e a manutenção de árvores e pinheiros e seus *efeitos secundários*.

Embora se assista a um número crescente de empresas que anexam aos seus relatórios anuais relatórios de sustentabilidade ou de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), de modo a projectar o seu compromisso social e em relação ao meio ambiente, trabalhando na construção de uma nova filosofia mais de acordo com os tempos. Na maior parte dos casos, isso leva-as a trabalhar com empresas afins e capazes de partilhar os seus valores, em muitos casos exigindo uma certificação ecológica. O modelo de actuação para empresas que foi tido mais em conta denomina-se The Natural Step (O passo natural), que admite a necessidade de reduzir o emprego de matérias virgens, a criação de produtos que sejam sempre biodegradáveis ou recicláveis, a não ameaça da diversidade natural e a satisfação das necessidades humanas básicas com uma distribuição igualitária. Neste sentido, há pouco mais de um ano, Warren Buffett e Bill Gates, considerados os homens mais ricos dos Estados Unidos, juntaram com uma dúzia de grandes fortunas para ver o que poderiam fazer pela sociedade se juntassem o seu dinheiro. A esse encontro seguiram-se outros e o resultado é que quase meia centena de multimilionários destinaram pelo menos metade da sua riqueza a obras de caridade. Embora possa ser encarada por alguns como uma espécie de redenção, trata-se verdadeiramente de uma afortunada iniciativa que nos indica que algo está a mudar na consciência do mundo

